

ЯЩЕНКО А. Н.

Московский государственный университет

МОТИВАЦИЯ СОТРУДНИКОВ СМИ В УСЛОВИЯХ ДИГИТАЛИЗАЦИИ

Аннотация: Социальная и технологическая трансформация, которую сейчас переживают российские СМИ, оказывает огромное влияние на профессиональную идентичность журналистов. В нашем исследовании мы подвергли анализу мотивацию и удовлетворенность от работы сотрудников двух крупнейших медиахолдингов страны — государственного ВГТРК и частного РБК. В ходе онлайн-анкетирования, в котором приняли участие 105 человек, мы изучили трансформацию основных характеристик труда по теории Хэкмена и Олдмена.

Ключевые слова: мотивация, менеджмент, медиахолдинг, удовлетворенность, дигитализация.

YASHCHENKO A. N.

MOTIVATION OF MEDIA EMPLOYEES UNDER DIGITALIZATION

Abstract: The social and technological transformation that the Russian media are currently experiencing has a huge impact on the professional identity of journalists. In our study, we analyzed the motivation and job satisfaction of employees of two of the country's largest media holdings: the state VGTRK and private RBC. In an online questionnaire, in which 105 people took part, we studied the transformation of the main characteristics of labor according to the theory of Hackman and Oldman.

Keywords: motivation, management, media holding, satisfaction, digitalization.

В своем исследовании мы проанализировали мотивационные модели сотрудников двух ведущих медиапредприятий России — ВГТРК и РБК, так как они представляют собой классические примеры государственного и частного медиахолдингов [1]. Главный метод — онлайн-анкетирование. За основу была взята методология из исследования Ли-Цзин Артура Чанга и Л. Месси Брайана, которые анализировали особенности мотивации сотрудников американских и тайваньских изданий [4], опираясь на теорию характеристик труда Хэкмана и Олдмена.

Выборка составила 105 человек (70 сотрудников ВГТРК и 35 РБК), что вполне сопоставимо разнице масштабов этих двух медиахолдингов. Исследование охватывает преимущественно факторы удовлетворенности от работы как одной из основных характеристик мотивации сотрудников. В онлайн-анкетировании

приняли участие 54 % женщин, 46 % мужчин. Ядро исследования — журналисты в возрасте от 18 до 34 лет, имеющие стаж работы от 6 до 10 лет.

Для творческих сотрудников, как и для работников других сфер, одним из главных мотивационных факторов, помимо базовой зарплаты, по-прежнему остается дополнительное денежное стимулирование. 35 % респондентов отметили премию по итогам года крайне важный стимул для их мотивации к труду. 30 % процентов причислили к этому ежемесячную премию. Но исследование показало и важность нематериальных факторов.

Довольно неожиданным стало то, что нематериальные стимулы получили намного большую поддержку у сотрудников анализируемых холдингов. Например, 39 % отметили разнообразие выполняемой работы, а подавляющее большинство (59 %) творческую самореализацию в качестве ключевых факторов мотивации. По этим параметрам ответы журналистов государственного холдинга ВГТРК и частного РБК почти полностью совпали. Это еще раз подтверждает тот факт, что для большинства творческих сотрудников самовыражение в профессии важнее, чем зарабатывание денег [4].

Кроме того, анализ анкет выявил несколько довольно интересных нюансов. Например, что сотрудники РБК ставят творческую самореализацию на более важное место, чем их коллеги с ВГТРК. Также исследование показало, что 27 % сотрудников этих двух медиахолдингов считают возможность помогать людям крайне важным аспектом для их удовлетворенности от работы. Это свидетельствует о том, что вектор интересов сотрудников продолжает смещаться в сторону нематериальных стимулов. Исследование выявило средний уровень удовлетворенности творческих сотрудников ВГТРК и РБК. 50 % в целом удовлетворены, почти 34 % имеют среднюю удовлетворенность. Только каждый двенадцатый удовлетворен полностью. С учетом того, что большинство журналистов отметило возможность карьерного роста как один из ключевых факторов для их мотивации можно сделать вывод, что в выполнении этого запроса существуют серьезные проблемы.

В цифровую эпоху у журналистов возрастает потребность в овладении современными информационными технологиями. Больше половины сотрудников ВГТРК и РБК отметили, что совершенствование своих навыков поиска информации в социальных сетях является крайне важным для удовлетворенности от выполняемой ими работы. Наше исследование показало, что для российских журналистов такой фактор, как возможность создания личного бренда в социальных сетях, не является решающим, а скорее воспринимается как приятное дополнение, что ярко контрастирует с отношением к этому западных работников массмедиа [5].

Самой большой проблемой для мотивации сотрудников является отсутствие роста заработной платы. Об этом заявили 75 % респондентов, 42 % отметил низкий уровень заработной платы. Эти цифры говорят о том, что сотрудники как государственного ВГТРК, так и частного РБК не удовлетворены уровнем финансовой мотивации. Кроме того, среди основных демотивирующих факторов журналисты выделили отсутствие карьерного роста и давление со стороны руководства.

Литература

1. Вырковский А. В. Структура редакции СМИ: традиции и современность / А. В. Вырковский // Вестник Московского университета. — 2017. — № 4. — С. 136–151.
2. Мескон М., Альберт М. Основы менеджмента. Классическое издание / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. — Санкт-Петербург: ООО «Диалектика», 2020.
3. Олешко В. Ф. Психология журналистики / В. Ф. Олешко. — Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2014.
4. Chang, Li-jing Arthur and Brian L. Massey. Work motivation and journalists in Taiwan and the US: an integration of theory and culture / Asian Journal of Communication. — 2010. — № 1. — P. 51–68.
5. Molyneux, Logan & Lewis, Seth & Holton, Avery. Media work, identity, and the motivations that shape branding practices among journalists: An explanatory framework. New Media & Society, 2018.
6. Weaver, D.H., Beam, R.A., Brownlee, B.J., Voakes, P.S., & Wilhoit, G.C. The American journalist in the 21st century: US news people at the dawn of a new millennium. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum, 2007.